

(19) 대한민국특허청 (KR)
(12) 공개특허공보 (A)

(51) . Int. Cl. ⁷
G06F 17/60B0

(11) 공개번호 특2002 - 0046072
(43) 공개일자 2002년06월20일

(21) 출원번호 10 - 2000 - 0075568
(22) 출원일자 2000년12월12일

(71) 출원인 주식회사 엠엔씨컨설팅그룹
전의정
서울 용산구 원효로3가 277 - 13

(72) 발명자 김형진
서울특별시용산구원효로3가277 - 13

(74) 대리인 이원희

심사청구 : 있음

(54) 업소 이용자 분석을 통한 타겟 광고 시스템 및 광고 방법

요약

본 발명은 업소 이용자의 성별, 연령 및 이용시간과 같은 업소 이용자의 특징을 분석하여 그에 맞는 광고방송을 실시하기 위한 타겟 광고 시스템 및 광고 방법에 관한 것으로, 통신 네트워크를 통해 임의의 업소측 단말기로부터 전송되는 업소 이용자 정보를 적어도 성별, 연령별 및 이용시간별로 분석하여 데이터베이스화하고, 데이터베이스화된 자료에 기초하여 선정된 광고편성표 및 광고정보를 상기 통신 네트워크를 통해 해당 업소측 단말기로 전송하는 인터넷 서비스 제공자측 서버와, 상기 통신 네트워크와 접속되며 입력된 상기 업소 이용자 정보를 상기 서버에 전송하고, 상기 서버로부터 전송된 광고편성표 및 광고정보를 보조기억장치에 저장한후 상기 광고편성표에 따라 임의의 광고정보를 독출하여 다수의 표시장치에 표시하여 주는 업소측 관리 컴퓨터 단말기로 구성함을 특징으로 한다.

대표도
도 3

색인어
타겟 광고, 이용자 분석, 노래방.

명세서

도면의 간단한 설명

BEST AVAILABLE COPY

도 1은 본 발명의 실시예에 따른 타겟 광고 시스템 구성도.

도 2는 도 1중 A/V 녹화정보 발생부(450)의 상세 블록구성도.

도 3은 본 발명의 제1실시예에 따른 타겟 광고를 위한 데이터 전송 흐름도.

도 4는 본 발명의 제2실시예에 따른 타겟 광고를 위한 데이터 전송 흐름도.

발명의 상세한 설명

발명의 목적

발명이 속하는 기술 및 그 분야의 종래기술

본 발명은 인터넷을 이용한 광고 시스템 및 그 방법에 관한 것으로, 특히 업소 이용자의 성별, 연령 및 이용시간과 같은 업소 이용자의 특징을 분석하여 그에 맞는 광고방송을 실시하기 위한 타겟 광고 시스템 및 광고 방법에 관한 것이다.

개인용 퍼스널 컴퓨터(PC)의 보급 확대 및 인터넷 사용자 급증에 따라 인터넷은 어떠한 기존 매체 보다도 성장속도가 빠른 정보제공매체로 부상하고 있다. 이러한 인터넷(Internet)은 일반인에게 정보의 민주화를 획기적으로 가능케 함으로써 21세기 신경제의 패러다임을 근본적으로 변화시키는 수단으로 평가받고 있다. 현재 대중들은 컴퓨터 뿐만 아니라 텔레비전, 핸드폰과 같은 단말기를 통해 인터넷상에서 다양한 서비스를 제공받고 있다. 백화점이나 상가를 방문하지 않고서도 소망하는 물품을 거래하는 한편, 객장을 통하지 않고서도 주식을 거래하는 예가 바로 인터넷의 보급 발전에 따른 결과라 할 수 있을 것이다.

이와 같이 오늘날에는 인터넷이 물품 거래, 정보제공, 상업용 광고에 국한되어 있는 것이 사실이지만, 시간경과에 따라 네티즌들은 다양한 서비스를 제공받게 됨으로써 더욱 더 편리한 생활을 영위해 나갈 것으로 기대된다.

인터넷에서 제공하는 콘텐츠를 다양화하고, 네티즌들의 인터넷 이용률을 극대화하기 위한 하나의 방법으로서 본원 출원인에 의해 선출원된 "예비스타정보 제공방법"이 있는데, 이러한 예비스타정보 제공방법은 오늘날 젊은이들이 가장 선호하는 연예인이 될 수 있는 기회를 인터넷을 이용하여 쉽게 구현할 수 있다는 측면에서 네티즌들에게 커다란 이슈(issue)로 작용할 것으로 기대된다. 한편 이러한 예비스타정보 제공대열에 일반 네티즌이 참여하기 위해서는 일정한 사양의 시스템을 자신의 집에 구비하거나 A/V 녹화 시스템이 갖추어져 있는 노래방 등을 방문하여야 하는데, 이러한 경우 노래방을 이용하는 이용자들의 성(性), 연령층, 그리고 주요 이용시간을 분석하고 그 분석 결과에 따라 동영상 광고를 수행하게 된다면 광고효과를 극대화할 수 있을 것으로 사료된다.

발명이 이루고자 하는 기술적 과제

따라서 본 발명의 목적은 업소 이용자들의 성별, 연령층별, 이용시간 분포를 분석하여 이용자 소비성향에 맞는 광고를 인터넷을 이용하여 수행함으로써 광고효과를 극대화할 수 있는 타겟 광고 시스템 및 광고 방법을 제공함에 있다.

본 발명의 또 다른 목적은 업소 이용자들의 성향을 분석하여 앞으로 상영될 영화의 예고편을 광고할 수 있는 타겟 광고 시스템 및 광고 방법을 제공함에 있다.

발명의 구성 및 작용

상기 목적을 달성하기 위한 본 발명은 통신 네트워크를 통해 임의의 업소측 단말기로부터 전송되는 업소 이용자 정보를 적어도 성별, 연령별 및 이용시간별로 분석하여 데이터베이스화하고, 데이터베이스화된 자료에 기초하여 선정된 광고편성표 및 광고정보를 상기 통신 네트워크를 통해 해당 업소측 단말기로 전송하는 인터넷 서비스 제공자측 서버와,

상기 통신 네트워크와 접속되며 입력된 상기 업소 이용자 정보를 상기 서버에 전송하고, 상기 서버로부터 전송된 광고편성표 및 광고정보를 보조기억장치에 저장한후 상기 광고편성표에 따라 임의의 광고정보를 독출하여 다수의 표시장치에 표시하여 주는 업소측 관리 컴퓨터 단말기로 구성함을 특징으로 한다.

또한 본 발명은 통신 네트워크를 통해 인터넷 서비스 제공자 서버와 데이터를 송수신하는 다수의 업소측 관리 컴퓨터 시스템이 하나의 네트워크를 구성하는 시스템에 있어서,

상기 업소측 관리 컴퓨터 시스템에서는 업소 이용자 정보를 입력받아 분류 저장하는 제1과정과,

서버 접속된 상기 업소측 관리 컴퓨터 시스템으로부터 업소 이용자 정보를 전송받아 데이터베이스화하는 제2과정과,

데이터베이스화된 업소 이용자 정보를 분석하여 해당 업소의 광고편성표를 작성하고 작성된 광고편성표 및 그에 따른 광고방송을 선정하여 상기 통신 네트워크를 통해 해당 업소측 관리 컴퓨터 시스템으로 전송하는 제3과정과,

상기 서버로부터 전송된 광고편성표 및 그에 따른 광고방송을 저장한후 광고시간별 광고편성표에 따라 표시장치에 출력하여 주는 제4과정으로 이루어짐을 특징으로 한다.

이하 첨부 도면을 참조하여 본 발명의 실시예에 따른 업소 이용자 분석을 통한 타겟 광고 시스템 구성 및 동작을 상세히 설명하기로 한다. 하기 설명 및 첨부 도면에서 노래방 관리 컴퓨터 시스템, 광고방송 및 구체적인 처리 흐름 등과 같은 많은 특정 상세들이 본 발명의 보다 전반적인 이해를 제공하기 위해 나타나 있다. 이들 특정 상세들 없이 본 발명이 실시될 수 있다는 것은 이 기술분야에서 통상의 지식을 가진 자에게 자명하다 할 것이다.

한편 본 발명의 요지를 불필요하게 흐릴 수 있는 공지 기능 및 구성, 예를 들면 컴퓨터 시스템의 일반적인 구성에 대한 상세 설명은 생략하기로 한다.

우선 도 1은 본 발명의 실시예에 따른 타겟 광고 시스템 구성도를 도시한 것으로, 상기 타겟 광고 시스템은 크게 통신 네트워크(200)를 통해 임의의 노래방 단말기(400)로부터 전송되는 업소 이용자 정보를 적어도 성별, 연령별 및 이용시간별로 분석하여 데이터베이스화하고, 데이터베이스화된 자료에 기초하여 선정된 광고편성표 및 광고정보를 상기 통신 네트워크(200)를 통해 해당 노래방 단말기(400)로 전송하는 인터넷 서비스 제공자(인터넷 서비스 제공자측 서버라고도 함)(ISP:100)와, 자신이 녹화한 A/V 녹화정보를 통신 네트워크(200)를 통해 상기 ISP(100)로 제공하거나 ISP(100) 서버에 접속하여 임의의 A/V 녹화정보를 제공받는 일반 네티즌 단말기(500)들과, 상기 통신 네트워크(200)와 접속되며 입력된 업소 이용자 정보를 상기 인터넷 서비스 제공자 서버(100)에 전송하고 상기 서버(100)로부터 전송된 광고편성표 및 광고정보를 보조기억장치(430)에 저장한후 상기 광고편성표에 따라 임의의 광고정보를 독출하여 다수의 표시장치에 표시하여 주는 노래방 관리 컴퓨터 시스템(300, 400)으로 구성된다. 상기 노래방 관리 컴퓨터 시스템(300,400)은 또한 일반 네티즌들이 자신의 장기를 녹화하여 이를 상기 ISP(100)로 제공하는 역할도 수행한다.

도 1에서 통신 네트워크(200)는 광 케이블 혹은 공중전화망과 같은 물리적 전송매체(250)를 통해 ISP(100)와 다수의 네티즌 단말기들을 물리적으로 연결시켜 주는 역할을 수행한다. 본 발명의 실시예에서는 유선 통신 네트워크를 가정하였지만 무선 통신 네트워크를 통해 본 발명의 실시예에 따른 시스템을 구축할 수도 있다. 한편 상기 노래방 관리 컴퓨터 시스템(400)은 크게 통신부(410)와, 노래방 관리 컴퓨터 본체(420), 보조기억장치(430), 데이터 입력 및 출력장치(440), 다수의 A/V 녹화정보 발생부들(450,460,470) 및 카드 리더(card reader)(480)로 구성된다.

상기 통신부(410)는 모뎀 및 LAN카드를 포함하는 통신기기로서 노래방 관리 컴퓨터 시스템(400)과 ISP 서버(100) 사이에 전송되는 데이터를 가공처리하여 송수신하는 역할을 수행한다. 노래방 관리 컴퓨터 본체(420)는 노래방 관리 컴퓨터 시스템의 전반적인 동작을 수행하는 제어부(425)와 제어 프로그램이 저장되는 메모리 및 주변기기와 데이터를 송수신하기 위한 인터페이스부를 내부에 구비한다. 또한 상기 노래방 관리 컴퓨터 본체(420)는 다수의 A/V 녹화정보 발생부들(450,460,470)로부터 입력되는 A/V 녹화정보를 일시 저장하기 위한 버퍼 메모리를 구비하며 영상신호를 처리하기 위한 영상신호 처리장치 및 음성신호 처리장치를 구비한다.

데이터 입력 및 출력장치(440)는 사용자가 정보를 입력하기 위한 마우스, 키보드와 같은 데이터 입력장치와 모니터와 같은 데이터 출력장치를 나타낸 것이며, 보조기억장치(430)는 HDD(Hard Disk Drive)와 같은 자기 기록/재생장치와 광 기록/재생장치를 포함하는 것으로서 상기 제어부(425)에 의해 액세스 제어된다. 본 발명의 실시예에서는 상기 제어부(425)의 제어에 따라 ISP서버(100)로부터 다운로드된 광고편성표 및 광고정보가 보조기억장치(430)인 하드 디스크 드라이브에 저장된다.

한편 카드 리더(480)는 삽입되는 카드에 기록되어 있는 사용자 정보를 판독하여 제어부(425)로 전송하여 준다. 상기 카드 리더(480)는 노래방 관리 컴퓨터 시스템(400)에 포함될 수도 있으며, 도 2에 도시한 바와 같이 노래방 각실에 구비되어 있는 A/V 녹화정보 발생부들(450,460,470)에 포함될 수도 있다.

한편 노래방 각실에 구비되어 있는 A/V 녹화정보 발생부들(450,460,470)은 도 2에 도시한 바와 같이 오디오 및 비디오 소스(451,453), 오디오 인코더(452) 및 비디오 인코더(454), 부가정보 삽입 및 다중화부(455), 제어부(456)와 사용자 I/F(Interface)부(457)로 구성되어 비트스트림 형태의 A/V 녹화정보를 출력한다.

이하 도 2를 참조하여 비트스트림 형태인 A/V 녹화정보 발생과정을 설명하기로 한다.

도 2는 도 1중 A/V 녹화정보 발생부(450)의 상세 블록구성도를 도시한 것이다.

도 2를 참조하면, 우선 오디오 소스(451)는 녹화대상자의 음성정보 및 반주음을 제공하기 위한 매체로서 마이크와 노래반주기로 구성되어 제어부(456)의 제어에 따라 구동제어된다. 비디오 소스(453)는 녹화대상자의 영상정보를 얻기 위한 매체로서 비디오 카메라에서 카메라계가 이에 해당된다.

오디오 인코더(452)와 비디오 인코더(454)는 각각 오디오소스(451)와 비디오 소스(453)로부터 출력되는 디지털 데이터를 미리 설정된 비율로 인코딩하여 출력한다.

부가정보 삽입 및 다중화부(455)는 상기 인코더들(452,454)의 출력을 비트스트림 형태인 A/V 녹화정보로 다중화하는 한편 해당 A/V 녹화정보의 선두에 카드식별 부가정보를 삽입하여 노래방 관리 컴퓨터 본체(420)로 출력한다. 상기 "카드식별 부가정보"란 녹화 대상자인 주인공을 인터넷상에서 식별하기 위한 정보로서, 카드 리더(458)를 통해 판독된 정보를 지칭한다.

한편 제어부(456)는 사용자 I/F부(457)로부터 발생하는 사용자 조작명령에 따라 상기 비디오 소스(453)와 오디오 소스(451)의 구동을 제어하며, 카드 리더(458)를 통해 판독된 카드식별정보를 부호화하여 부가정보 삽입 및 다중화부(455)로 출력한다.

이하 상술한 구성을 가지는 타겟 광고 시스템에서 업소 이용자 정보를 분석하여 타겟 광고를 수행하는 과정을 상세히 설명하기로 한다.

우선 도 3은 본 발명의 제1실시예에 따른 타겟 광고를 위한 데이터 전송 흐름도를 도시한 것이다.

도 3을 참조하면, 우선 업소 이용자 분석을 통한 타겟 광고 서비스 업체에서는 업소 이용자의 성별 및 연령층을 분석하기 위해서 미리 제작된 카드를 오프라인상에서 배포한다. 이때 상기 카드에는 남/여 성별을 식별하기 위한 정보와 함께 10대 전/후반, 20대 전/후반, 30대 전/후반과 같이 연령층을 식별하기 위한 정보가 자기 테이프면에 기록된다. 따라서 카드 배포자는 일반 시민의 성별 및 연령층을 판단하여 카드를 단순 배포하면 된다.

이와 같이 성별 및 연령층을 식별하기 위한 카드를 지급받은 이용자가 노래방을 방문하여 노래방 관리 컴퓨터 시스템(400)에 구비되어 있는 카드 리더(480)에 카드를 삽입하면, 노래방 관리 컴퓨터 시스템(400)의 제어부(425)는 500단계에서 업소 이용자 정보, 즉 성별 및 연령층 식별정보를 리드한다. 그리고 제어부(425)는 505단계에서 리드된 업소 이용자 정보를 분류 저장하는데 카드 판독시간, 즉 업소 이용시간과 함께 저장한다. 이와 같은 업소 이용자 정보의 분류 저장형태를 나타내면 하기 표 1과 같다.

{표 1}

이용자	성별	연령별	이용시간
이용자1	남	10대 후반	19시 20분
이용자2	여	30대 초반	22시 07분
:	:	:	:
이용자n	남	20대 전반	20시 08분

상기 표 1과 같이 일정 시간동안 업소 이용자 정보를 분류 저장한 노래방 관리 컴퓨터 시스템(400) 관리자는 업소 이용자 정보를 서비스 업체에 제공하기 위해 우선적으로 통신 네트워크(200)를 통해 ISP 서버(100)와 인터넷 접속(900단계)한다. 그리고 관리자는 노래방 관리 컴퓨터 시스템(400)을 통해 업소 이용자 정보를 제공하기 위해 필요한 부수적인 절차를 선택 실행시킨다. 이러한 부수적인 절차로서는 우선 회원 ID 및 비밀번호 입력, 그리고 업소 이용자 정보 제공을 위한 페이지로의 링크 및 데이터 전송 선택이 해당된다. 이와 같은 절차에 의해 노래방 관리 컴퓨터 시스템(400)에 저장된 업소 이용자 정보는 통신 네트워크(200)를 통해 ISP서버(100)로 전송(515단계)된다.

한편 상기 노래방 관리 컴퓨터 시스템(400)과 인터넷 접속되어 있는 ISP 서버(100)에서는 노래방 관리 컴퓨터 시스템(400)으로부터 업소 이용자 정보의 전송이 있으면 이를 520단계에서 데이터베이스화하는데, 업소별로 혹은 업소가 포함되어 있는 지역별로 업소 이용자 정보를 분류하여 데이터베이스화할 수 있다. 동일 지역내에서도 업소 이용자 계층이 현저히 차별화되는 경우에는 업소 이용자 분석의 편차가 심하므로 바람직하게는 업소별로 이용자 계층을 분석하는 것이 바람직하다. 이와 같이 업소 이용자 정보를 데이터베이스화한 ISP 서버(100)는 미리 설정된 시간 주기로 업소별 이용자 정보를 분석(525단계)하여 업소별 광고편성표를 작성(530단계)한다.

업소별 광고편성표의 예를 하기 표 2에 도시하였다.

[표 2]

업소	주 이용자	이용시간	비고
A업소	10대 후반 남성	18시~19시	학생 대상의 제품 광고
20대 후반 여성	19시~21시	직장 여성	대상의 제품광고
30대 후반 남성	22시~23시	직장 남성	대상의 제품광고
B업소	10대 초반 남성	16시~17시	음료 광고
20대 초반 여성	21시~23시	화장품	광고
40대 후반 남성	22시~23시	고급 양주	광고
n업소	:	:	:

상기 표 2와 같이 업소별 광고편성표가 작성 완료되면, ISP(100)에서는 535단계로 진행하여 광고편성표에 따른 광고를 선정한다. 예를 들어 20대 후반의 여성을 타겟으로 하는 직장 여성 대상의 제품광고들에서 A사의 화장품 광고, B사 접속된 노래방 관리 컴퓨터 시스템(400)으로부터 광고정보의 전송 요구가 있으면 그에 응답하여 해당 업소의 광고편성표 및 광고정보를 전송(540단계)하여 준다.

상기와 같은 단계들에 의해 광고편성표 및 광고정보를 다운로드 받은 노래방 관리 컴퓨터 시스템(400)의 제어부(425)는 545단계에서 이를 보조기억장치(430)에 저장한다. 그리고 제어부(425)는 컴퓨터 시스템(400)에 세팅되어 있는 타이머의 시간이 광고편성표에 설정되어 있는 시간에 해당하면 선정된 광고방송을 순차적으로 독출하여 노래방 각실에 구비되어 있는 노래반주기의 영상출력장치를 통해 출력한다. 바람직하게는 노래반주기의 대기모드, 즉 노래 선곡중, 혹은 노래가 정지중인 상태에서 영상 및 음성의 광고방송을 출력하는 것이 광고효과를 극대화하는데 효과적일 것이다. 만약 광고방송중에 노래시작 명령이 입력되면 실행중인 광고방송은 중단되고 노래반주가 실행되도록 할 수 있다.

상술한 본 발명의 제1실시예에 의하면, 서비스 업체에서는 단순히 성별 및 연령층을 식별할 수 있는 카드만을 배포하여 해당 업소의 주요 이용고객의 성별 및 연령층, 그리고 주요 이용시간을 분석할 수 있고, 분석된 이용자 계층을 타겟으로 하는 최적의 광고방송을 송출함으로써 광고효과를 극대화할 수 있게 되는 것이다.

도 4는 본 발명의 제2실시예에 따른 타겟 광고를 위한 데이터 전송 흐름도를 도시한 것이다. 본 발명의 제2실시예에서는 업소 이용자 분석을 통한 타겟 광고를 수행하기 위한 서비스 업체에서 카드를 무료 배포하고, 카드 소지자의 홈페이지 접속후에 등록 회원으로 가입시 소정의 댓가(노래방 할인 혜택 혹은 포인트 누적을 통한 상품 제공 등)를 지급하는 영업방법을 채택하여 타겟 광고를 수행하는 방법이다.

도 4를 참조하면, 우선 업소 이용자 분석을 통한 타겟 광고 서비스 업체에서는 광고를 통해 해당 서비스 업체의 사업 서비스 내용을 홍보함과 아울러 카드식별정보가 인쇄된 카드를 배포한다. 이러한 홍보의 결과 카드를 소지한 네티즌은 자신의 컴퓨터 단말기(500)와 통신 네트워크(200)를 통해 인터넷 서비스 제공자 서버(100)와 인터넷 접속(600단계)하고, 홈페이지상에서 회원 가입시 소정의 댓가를 제공받을 수 있는 내용의 메시지를 접한 후에 그에 응답하여 카드식별정보(605단계)를 입력하면, ISP서버(100)에서는 그에 응답하여 회원가입을 요구(610단계)한다. 회원가입 요구에 따라 네티즌은 ISP 서버(100)로 일정한 정보를 요구하는 서비스 업체에 회원정보(성별, 연령, 직업 등)를 입력(615단계)하여 제공하면, ISP서버(100)에서는 전송된 회원정보를 카드식별정보와 맵핑하여 데이터베이스(620단계)화한다.

이와 같은 방법으로 카드를 소지한 다수 회원들의 정보를 데이터베이스화하였다면 도 3에 도시한 바와 같은 동일 방법에 의해 타겟 광고를 수행할 수 있다.

즉, 카드를 소지한 이용자가 노래방을 방문하여 노래방 관리 컴퓨터 시스템(400)에 구비되어 있는 카드 리더(480) 혹은 노래방 각실에 위치한 A/V 녹화정보 발생부(450,460,470)에 구비되어 있는 카드 리더(458)에 카드를 삽입하면, 노래방 관리 컴퓨터 시스템(400)의 제어부(425)는 625단계에서 카드식별정보를 리드한다. 그리고 제어부(425)는 630단계에서 리드된 카드식별정보를 분류 저장하는데 카드 판독시간, 즉 업소 이용시간과 함께 카드식별정보를 저장한다. 이와 같은 업소 이용자 정보의 분류 저장형태를 나타내면 하기 표 3과 같다.

[표 3]

이용자	카드식별정보	이용시간
이용자1	000102	19시 20분
이용자2	072069	22시 07분
:	:	:
이용자n	002333	20시 08분

상기 표 3과 같이 일정 시간동안 업소 이용자의 카드식별정보를 분류 저장한 노래방 관리 컴퓨터 시스템(400) 관리자는 업소 이용자의 카드식별정보를 서비스 업체에 제공하기 위해 우선적으로 통신 네트워크(200)를 통해 ISP 서버(100)와 인터넷 접속(635단계)한다. 그리고 관리자는 노래방 관리 컴퓨터 시스템(400)을 통해 업소 이용자의 카드식별정보를 제공하기 위해 필요한 부수적인 절차를 선택 실행시킨다. 이러한 부수적인 절차로서는 우선 회원 ID 및 비밀번호 입력, 그리고 업소 이용자의 카드식별정보 제공을 위한 페이지로의 링크 및 데이터 전송 선택이 해당된다. 이와 같은 절차에 의해 노래방 관리 컴퓨터 시스템(400)에 저장된 업소 이용자의 카드식별정보는 통신 네트워크(200)를 통해 ISP 서버(100)로 전송(640단계)된다.

한편 상기 노래방 관리 컴퓨터 시스템(400)과 인터넷 접속되어 있는 ISP 서버(100)에서는 노래방 관리 컴퓨터 시스템(400)으로부터 업소 이용자의 카드식별정보의 전송이 있으면 이를 645단계에서 데이터베이스화하는데, 620단계에서 카드식별정보에 맵핑되어 있는 회원정보를 독출하여 새로운 업소 이용자 정보를 데이터베이스화한다.

이와 같이 업소 이용자 정보를 데이터베이스화한 ISP 서버(100)는 미리 설정된 시간 주기로 업소별 이용자 정보를 분석(650단계)하여 업소별 광고편성표를 상기 표 2와 같이 작성(530단계)한다.

상기 표 2와 같이 업소별 광고편성표가 작성 완료되면, ISP(100)에서는 660단계로 진행하여 광고편성표에 따른 광고를 선정하고 인터넷 접속된 노래방 관리 컴퓨터 시스템(400)으로부터 광고정보의 전송 요구가 있으면 그에 응답하여 해당 업소의 광고편성표 및 광고정보를 전송(665단계)하여 준다.

상기와 같은 단계들에 의해 광고편성표 및 광고정보를 다운로드 받은 노래방 관리 컴퓨터 시스템(400)의 제어부(425)는 670단계에서 이를 보조기억장치(430)에 저장한다. 그리고 제어부(425)는 컴퓨터 시스템(400)에 세팅되어 있는 타이머의 시간이 광고편성표에 설정되어 있는 시간에 해당하면 선정된 광고방송을 순차적으로 독출하여 노래방 각실에 구비되어 있는 노래반주기의 영상출력장치를 통해 출력한다.

상술한 본 발명의 제2실시에 의하면, 서비스 업체에서는 카드 소지자로부터 업소 이용자 계층을 분석하기 위한 회원정보를 입력받고, 카드 소지자인 회원이 업소를 이용할 경우의 빈도수를 분석하여 이용자 계층을 타겟으로 하는 최적의 광고방송을 송출함으로써 광고효과를 극대화할 수 있다. 이러한 본 발명의 제2실시에는 본 발명의 제1실시에 보다 세분화되어 있는 회원정보를 입력받을 수 있기 때문에 업소 이용자 계층을 보다 면밀히 검토할 수 있고, 그에 따라 특정 고객을 타겟으로 하는 광고도 수행할 수 있다.

참고적으로 상기 실시예에서는 노래방을 예시하여 본 발명의 실시예를 설명하였지만 인터넷 접속할 수 있는 하나의 메인 단말기에 의해 제어되는 다수의 영상 출력장치가 상기 메인 단말기에 접속되는 시스템(예를 들면 비디오 방)에서도 본 발명에 따른 타겟 광고를 수행할 수 있다. 또한 본 발명의 실시예에서는 제품을 홍보하기 위한 동영상 광고방송만을 가정하였으나, 별다른 변형없이 현재 상영중인 혹은 상영될 영화 예고편 및 비디오 예고편 등을 영화 상영 싸이클에 맞게 새로이 업데이트해 나가면서 광고할 수도 있다.

그리고 본 발명의 실시예에서는 설명하지 않았지만, 본원 출원인에 의해 선출원된 "예비스타정보 제공방법"에서와 같이 A/V 녹화정보 발생부를 이용하여 자신의 장기를 녹화하기 이전에 수행하여야 하는 개인식별 부가정보 입력을 개인 신상정보 제공으로 대체하거나, 개인식별 부가정보만을 제공한 연후에 홈 페이지상에서 개인의 신상정보를 제공하는 형식을 통해 타겟 광고에 이용할 수도 있다.

따라서 발명의 범위는 설명된 실시예에 의하여 정할 것이 아니고 특허청구의 범위와 특허청구의 범위의 균등한 것에 의해 정하여져야 한다.

발명의 효과

상술한 바와 같이 본 발명은 특정 업소의 이용자 계층을 분석하여 그에 맞는 최적의 광고를 선정하여 출력함으로써 광고 효과를 극대화할 수 있는 장점이 있으며, 인터넷을 이용하여 제품 싸이클에 맞게 자사 제품을 저렴하게 홍보할 수 있는 효과가 있다. 또한 업소 이용자는 자신의 회원정보 제공만으로 업소 이용에 따른 포인트 적립을 통해 제3의 수혜를 얻을 수 있는 이점이 있으며, 가정에서 느낄 수 없는 생생한 광고방송 및 자신의 소비성향에 맞는 광고방송만을 접할 수 있는 기회를 얻을 수 있는 장점도 있다.

(57) 청구의 범위

청구항 1.

통신 네트워크를 통해 임의의 업소측 단말기로부터 전송되는 업소 이용자 정보를 적어도 성별, 연령별 및 이용시간별로 분석하여 데이터베이스화하고, 데이터베이스화된 자료에 기초하여 선정된 광고편성표 및 광고정보를 상기 통신 네트워크를 통해 해당 업소측 단말기로 전송하는 인터넷 서비스 제공자측 서버와,

상기 통신 네트워크와 접속되며 입력된 상기 업소 이용자 정보를 상기 서버에 전송하고, 상기 서버로부터 전송된 광고편성표 및 광고정보를 보조기억장치에 저장한후 상기 광고편성표에 따라 임의의 광고정보를 독출하여 다수의 표시장치에 표시하여 주는 업소측 관리 컴퓨터 단말기로 구성함을 특징으로 하는 업소 이용자 분석을 통한 타겟 광고 시스템.

청구항 2.

제1항에 있어서, 상기 업소측 관리 컴퓨터 단말기에는 적어도 업소 이용자의 성별, 연령층 및 업소 이용시간에 대한 정보가 입력되어 기록저장됨을 특징으로 하는 업소 이용자 분석을 통한 타겟 광고 시스템.

청구항 3.

제1항에 있어서, 상기 업소측 관리 컴퓨터에는 업소 이용자의 성별 및 연령층을 입력받기 위한 카드 리더기를 더 포함함을 특징으로 하는 업소 이용자 분석을 통한 타겟 광고 시스템.

청구항 4.

제1항에 있어서, 상기 다수의 표시장치는 상기 업소측 관리 컴퓨터 단말기에 의해 제어되는 노래 반주기임을 특징으로 하는 업소 이용자 분석을 통한 타겟 광고 시스템.

청구항 5.

통신 네트워크를 통해 인터넷 서비스 제공자 서버와 데이터를 송수신하는 다수의 업소측 관리 컴퓨터 시스템이 하나의 네트워크를 구성하는 시스템에 있어서,

상기 업소측 관리 컴퓨터 시스템에서는 업소 이용자 정보를 입력받아 분류 저장하는 제1과정과,

서버 접속된 상기 업소측 관리 컴퓨터 시스템으로부터 업소 이용자 정보를 전송받아 데이터베이스화하는 제2과정과,

데이터베이스화된 업소 이용자 정보를 분석하여 해당 업소의 광고편성표를 작성하고 작성된 광고편성표 및 그에 따른 광고방송을 선정하여 상기 통신 네트워크를 통해 해당 업소측 관리 컴퓨터 시스템으로 전송하는 제3과정과,

상기 서버로부터 전송된 광고편성표 및 그에 따른 광고방송을 저장한후 광고시간별 광고편성표에 따라 표시장치에 출력하여 주는 제4과정으로 이루어짐을 특징으로 하는 업소 이용자 분석을 통한 광고 방법.

청구항 6.

제5항에 있어서, 상기 업소 이용자 정보는 적어도 성별과 연령층을 식별하기 위한 정보와 업소 이용시간으로 이루어짐을 특징으로 하는 업소 이용자 분석을 통한 광고 방법.

청구항 7.

제5항에 있어서, 상기 광고방송은 적어도 제품광고를 위한 동영상 제품 광고정보와 영화 예고를 위한 영화 예고정보를 포함함을 특징으로 하는 업소 이용자 분석을 통한 광고 방법.

청구항 8.

통신 네트워크를 통해 인터넷 서비스 제공자 서버와 데이터를 송수신하며 카드 리더기를 구비하는 노래방 관리 컴퓨터 시스템이 하나의 네트워크를 구성하는 타겟 광고 시스템에 있어서,

인터넷 접속된 네티즌 단말기로부터 카드식별정보 입력시 회원가입을 요구하는 제1과정과,

상기 회원가입요구에 응답하여 입력되는 회원정보를 상기 카드식별정보와 맵핑하여 데이터베이스화하는 제2과정과,

인터넷 접속된 상기 노래방 관리 컴퓨터 시스템으로부터 카드식별정보 리드과정을 통해 리드된 업소 이용자의 카드식별정보를 전송받는 제3과정과,

상기 노래방 관리 컴퓨터 시스템으로부터 전송받은 카드식별정보에 대응하는 회원정보를 독출하여 업소 이용자 정보를 새로이 데이터베이스화하는 제4과정과,

데이터베이스화된 업소 이용자 정보를 분석하여 해당 업소의 광고편성표를 작성하고 작성된 광고편성표 및 그에 따른 광고방송을 선정하여 상기 통신 네트워크를 통해 상기 노래방 관리 컴퓨터 시스템으로 전송하는 제5과정과,

상기 서버로부터 전송된 광고편성표 및 그에 따른 광고방송을 저장한후 광고편성표에 따라 표시장치에 출력하여 주는 제6과정으로 이루어짐을 특징으로 하는 업소 이용자 분석을 통한 광고 방법.

청구항 9.

제8항에 있어서, 상기 업소 이용자 정보는 해당 업소에 따라 적어도 성별, 연령별, 업소 이용시간별로 세분화되어 데이터베이스화됨을 특징으로 하는 업소 이용자 분석을 통한 광고 방법.

청구항 10.

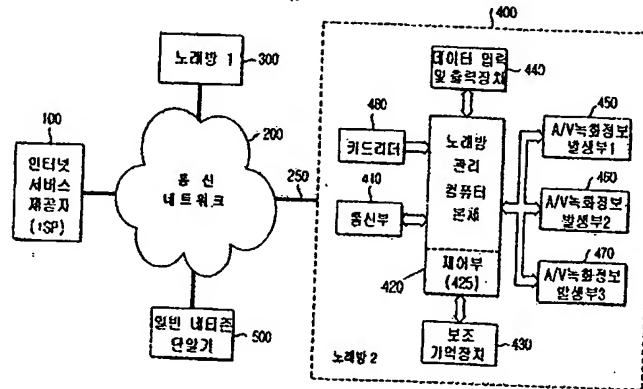
제8항에 있어서, 상기 광고정보는 노래 반주기의 대기모드시에 출력되도록 제어됨을 특징으로 하는 업소 이용자 분석을 통한 광고 방법.

청구항 11.

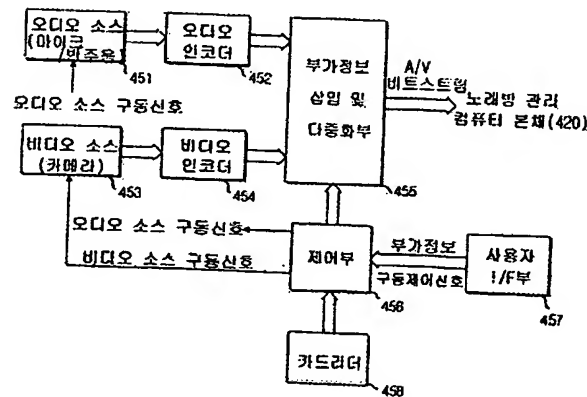
제8항 내지 제10항중 어느 한 항에 있어서, 상기 광고정보는 영화 예고 광고임을 특징으로 하는 업소 이용자 분석을 통한 광고 방법.

도면

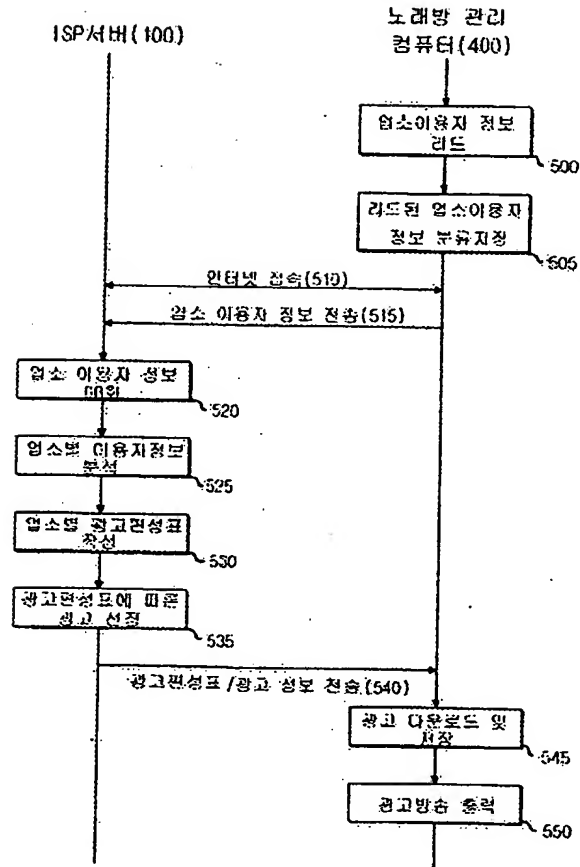
도면 1



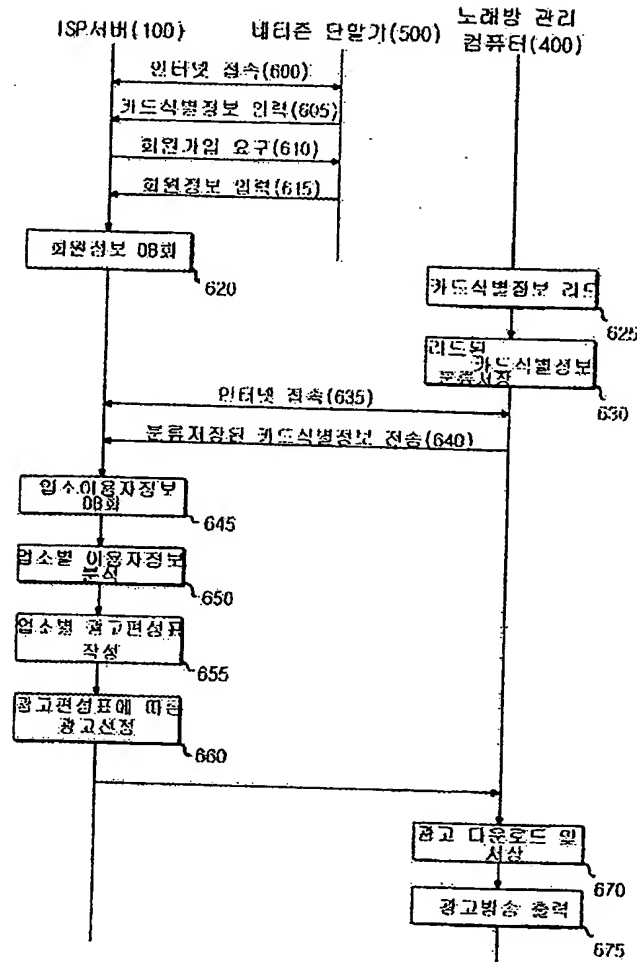
도면 2



도면 3



도면 4



**This Page is Inserted by IFW Indexing and Scanning
Operations and is not part of the Official Record**

BEST AVAILABLE IMAGES

Defective images within this document are accurate representations of the original documents submitted by the applicant.

Defects in the images include but are not limited to the items checked:

- ☒ **BLACK BORDERS**
- ☒ **IMAGE CUT OFF AT TOP, BOTTOM OR SIDES**
- ☒ **FADED TEXT OR DRAWING**
- ☒ **BLURRED OR ILLEGIBLE TEXT OR DRAWING**
- ☐ **SKEWED/SLANTED IMAGES**
- ☒ **COLOR OR BLACK AND WHITE PHOTOGRAPHS**
- ☐ **GRAY SCALE DOCUMENTS**
- ☒ **LINES OR MARKS ON ORIGINAL DOCUMENT**
- ☐ **REFERENCE(S) OR EXHIBIT(S) SUBMITTED ARE POOR QUALITY**
- ☐ **OTHER:** _____

IMAGES ARE BEST AVAILABLE COPY.

As rescanning these documents will not correct the image problems checked, please do not report these problems to the IFW Image Problem Mailbox.

THIS PAGE BLANK (11/15/2011)